



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah penulis dapatkan dalam perancangan ini, *toxic productivity* merupakan sebuah obsesi untuk terus mengembangkan diri dengan melakukan kegiatan produktif sampai mengganggu diri sendiri dan orang lain. Orang yang terjebak dalam *toxic productivity* akan merasa bersalah apabila tidak melakukan kegiatan yang produktif. Dalam perancangan kampanye ini, penulis memilih tema berupa *toxic productivity* di lingkungan universitas khususnya pada mahasiswa. Salah satu faktor yang menyebabkan seseorang berada dalam *toxic productivity* adalah karena kurangnya pemahaman tentang diri sendiri sehingga tidak mampu untuk membuat batasan bagi diri sendiri. Oleh karena itu, penulis memilih solusi berupa kampanye untuk mengajak target sasaran mengubah perilaku dan pola pikir mereka terhadap produktivitas.

Dalam perancangan kampanye ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif melalui wawancara dan FGD, serta kuantitatif melalui kuesioner. Kemudian, penulis menggunakan metode perancangan dari Robin Landa yang terdiri dari 6 tahapan, yaitu *overview, strategy, ideas, design, production* dan *implementation*. Untuk menentukan *big idea* dalam kampanye ini, penulis melakukan *mindmapping* yang menghasilkan 4 *keywords* dan kemudian dibentuk menjadi satu *big idea*. Perancangan kampanye ini menggunakan gaya visual berupa vektor 2D dengan penggunaan warna yang solid dan cerah. Lalu, untuk alur perancangannya, penulis menggunakan strategi AISAS dengan 5 tahapan yaitu *attention, interest, search, action, dan share*. Pada setiap tahapan ini, penulis menggunakan beberapa media sebagai media kampanye untuk menyampaikan pesan kampanye. Penulis juga membuat alokasi waktu dan sumber daya yang diakhiri dengan tahapan evaluasi dan membuat *budgeting*.

## 5.2 Saran

Melalui perancangan Tugas Akhir berupa perancangan kampanye ini, saran yang dapat penulis berikan adalah agar para pembaca dapat mengambil topik atau tema perancangan yang sesuai dengan minat. Hal ini dilakukan agar dapat mempermudah proses perancangan, khususnya pada proses pencarian data. Lalu, dalam proses perancangan disarankan agar desain yang dibuat tetap mengikuti *big idea* yang telah ditentukan. Kemudian, akan lebih baik apabila selama proses perancangan berlangsung, kita tetap terbuka dengan saran dan kritik yang diberikan orang lain, sehingga hasil dari perancangan dapat maksimal.

